

**Instrumento para la compilación de los estilos gráficos que maneja ANIF
en la diagramación de sus publicaciones**

Brigitte Dayana Avellaneda Castillo

Facultad de Diseño Gráfico, Universidad Santo Tomás

Director de trabajo de grado:

Oscar Javier Cubillos Pinilla

25 de noviembre de 2021

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a mis padres Luis Alfredo y Blanca Lilia, quienes a pesar de no estar totalmente de acuerdo con mi elección de profesión, me apoyaron incondicionalmente durante toda la carrera, me escucharon siempre y nunca me dejaron desfallecer en los días difíciles.

A mi abuela Carmen, por ser mi máxima confidente, por su complicidad y su compañía en los días de desvelo, por ser mi fuente de motivación más grande.

Y a mi hermano Didier, por animarme y hacerme reír en los días complicados.

Agradecimientos

Quiero agradecer principalmente a la Universidad Santo Tomás y a los docentes que me impartieron clase, me aportaron con su conocimiento y me guiaron durante toda la carrera. No solo me llevo aprendizajes de carácter académico y profesional, sino también enseñanzas que contribuyen a mi formación personal.

Al centro de estudios económicos ANIF, por abrirme las puertas de su institución, permitirme desarrollar mis practicas profesionales y brindarme la oportunidad para participar en proyectos importantes. Y a Tatiana Herrera, jefe del departamento de diseño, por todas sus enseñanzas, su guía, su apoyo y por confiar en mí como futura profesional.

También a mi tutor de trabajo, Oscar Cubillos, por todos sus valiosos aportes y su orientación durante todo el proceso de desarrollo de este trabajo.

Por último, a Dayanna, con quien compartí casi todos los espacios académicos, elaboré muchos de los proyectos desarrollados en la carrera y sobre todo, con quien construí una gran amistad.

A todos los que hicieron esto posible, ¡muchas gracias!

Tabla de contenido

Dedicatoria	2
Agradecimientos	2
Tabla de figuras.....	4
Tabla de anexos.....	4
1. Introducción	5
2. Justificación	6
3. Pregunta articuladora	10
4. Objetivo general.....	10
5. Tema de reflexión y discusiones académicas	10
5.1 ANIF y el estilo gráfico de sus publicaciones	10
5.2 Estado del arte.....	15
5.3 Metodología para elaborar la guía de estilos propuesta.....	17
6. Discusión.....	19
6.1 Resultados y diseño del instrumento de compilación de estilos gráficos	21
6.2 Conclusiones del proyecto	23
7. Referencias.....	24
8. Anexos	26

Tabla de figuras

Figura. 1 <i>Diagrama de metodologías aplicadas en el proyecto</i>	17
--	----

Tabla de anexos

Anexo 1. <i>Variación de los estilos gráficos con los que trabaja ANIF</i>	26
Anexo 2. <i>Cuestionario aplicado a la jefe de diseño de ANIF</i>	27
Anexo 3. <i>Cuestionario aplicado al diseñador gráfico de ANIF</i>	27
Anexo 4. <i>Comentarios económicos del día y su edición especial SARS-COV-2</i>	28
Anexo 5. <i>Variación gráfica de un mismo esquema según la entidad patrocinadora</i>	29
Anexo 6. <i>Estilo gráfico establecido para el informe semanal, ICE y EARC</i>	30
Anexo 7. <i>Estilo gráfico establecido para las Encuestas y Panorama ANIF</i>	30
Anexo 8. <i>Estilo gráfico establecido para el Boletín de comercio exterior y RASEC</i>	30
Anexo 9. <i>Estilo gráfico establecido las revistas que publica ANIF</i>	31
Anexo 10. <i>Publicaciones vigentes producidas por ANIF</i>	31
Anexo 11. <i>Matriz de sistematización con todos los estilos gráficos vigentes</i>	32
Anexo 12. <i>Proceso de bocetación de la guía de estilos para la compilación gráfica</i>	32
Anexo 13. <i>Sección de consideraciones generales para el diseño de documentos</i>	33
Anexo 14. <i>Tablas con las características tipográficas de gráficos y documentos</i>	33
Anexo 15. <i>Ejemplo de cuadro para presentar las gamas cromáticas</i>	34
Anexo 16. <i>Guía de estilos propuesta para el departamento de diseño de ANIF</i>	34

1. Introducción

Partiendo de las actividades desarrolladas dentro de las practicas profesionales en la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF), fue posible reflexionar sobre los procesos llevados a cabo para diseñar nuevas ediciones de los documentos que divulga. Al ser un centro de estudios económicos, ANIF posee un amplio repertorio de investigaciones enfocadas en diferentes campos de la economía y las publica con el patrocinio de otras entidades financieras, lo cual implica el manejo de una gráfica que refleja su identidad corporativa y la de sus aliados. Para lograrlo, el departamento de diseño de la institución, ha planteado una línea gráfica distinta para cada tipo de documento, dando como resultado el uso de más de diez estilos gráficos, cuyas normativas técnicas no se encuentran expuestas en un solo archivo, por ende, se deben revisar productos anteriores para diseñar las nuevas ediciones.

Es así como nace la necesidad de consignar en un mismo documento, todos los estilos gráficos manejados por ANIF, cuyo contenido este disponible para todos los implicados en el diseño y que a su vez, reglamente los parámetros de diagramación que respetan las identidades gráficas de las instituciones implicadas. El anterior enunciado expone el tema de este proyecto, permitiendo proponer para el trabajo de grado, del programa académico de Diseño Gráfico de la Universidad Santo Tomás, dentro del periodo académico 2021-2, una guía de estilos para el diseño de documentos económicos, con el propósito de recopilar todas las líneas gráficas y los aspectos técnicos necesarios para diagramar las nuevas ediciones de las publicaciones de ANIF.

Del mismo modo, con el fin compilar los parámetros de diseño y crear una guía de estilos, se usa *El método sistemático para diseñadores* de Bruce Archer (2020) como eje principal y se complementa con *El análisis de contenido* de Victoria Espín (2009), como parte del proceso de sistematización de la información que se consigna dentro de la guía propuesta.

Además se plantean los contenidos de incluidos en la guía de estilos, de acuerdo a los postulados que realiza Yolanda Zapatterra (2008) en su libro *Diseño editorial, periódicos y revistas*, en el que describe la importancia de poseer un libro de estilos y los aspectos que deben incluirse en él.

Además, partiendo del objetivo establecido, el desarrollo del documento se centra en realizar en primera instancia, una contextualización del trabajo de ANIF; una aclaración de los conceptos pertinentes revisando diferentes autores; se realiza un anclaje con proyectos contemplados dentro del estado del arte y se presenta un desarrollo expositivo de la metodología a trabajar. Luego, se aplica la metodología para dar solución a la pregunta problema y cumplir con el objetivo planteado, presentando todo el proceso llevado a cabo para brindar un producto funcional, que pueda ser usado dentro de los procesos que se llevan a cabo en el departamento de diseño y en el área de diagramación y publicidad de ANIF. Finalmente, se expone el instrumento propuesto y se concluye sobre el trabajo realizado y la experiencia vivida dentro de las pasantías.

2. Justificación

Ahora bien, a partir de la realización de las práctica profesionales dentro de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF) y de la reflexión de las actividades desarrolladas desde el departamento de diseño, se definió como la situación que será abordada dentro de este documento, la necesidad de consignar en un mismo instrumento los diversos estilos gráficos que maneja ANIF en el diseño de sus publicaciones.

Para contextualizar lo anterior, es importante mencionar las actividades que lleva a cabo la institución, siendo a grandes rasgos, la realización de investigaciones económicas, la divulgación de documentos de carácter financiero y la difusión de resultados y propuestas durante su participación en los seminarios que organiza y a los que son invitados. Dado que este proyecto se relaciona directamente con los documentos que produce ANIF, es pertinente

mencionar que actualmente se divulgan trece tipos de documentos y que según su naturaleza, temática o patrocinadores, cada uno posee una línea gráfica que combina la de ANIF, con la identidad corporativa de las entidades aliadas o el estilo asignado al contenido del documento, por lo tanto varía la forma de diagramación, las gamas cromáticas, los estilos tipográficos y el diseño de cabezotes y gráficos que acompañan los estudios, evidenciado en el anexo 1. Es así, como se hace indispensable tener presente toda la información de manera inmediata a la hora de diseñar, para optimizar el ritmo de trabajo y evitar reprocesos y confusiones de contenido.

Actualmente, el departamento de diseño de ANIF cuenta con identidades gráficas específicas muy bien definidas y estandarizadas, pero no poseen un instrumento que las unifique y pueda ser revisada a la hora de diagramar los estudios, por lo que dependen totalmente de los conocimientos de la jefe del área. Es por esta razón que los procesos de inducción para nuevos miembros del departamento, se han complejizado, conllevando a la inversión de tiempo extra en correcciones de estilo gráfico y en la búsqueda de referentes dentro de los estudios ya divulgados anteriormente, almacenados dentro de las bases de datos de la empresa, para dar solución a los requerimientos de las nuevas publicaciones.

La situación señalada, fue identificada desde las vivencias como practicante dentro del departamento de diseño y se evidenció en las respuestas emitidas a un cuestionario aplicado a Tatiana Herrera, jefe del área y diseñadora (anexo 2), y a Andrés Ramírez, diseñador gráfico (anexo 3). Las preguntas realizadas, buscaban conocer las perspectivas de los integrantes del departamento, con respecto al diseño de las publicaciones, por lo que se indagó sobre la inducción de nuevo personal, los procesos de diseño sin supervisión de la jefe, las razones de los reprocesos, las fuentes para solucionar las dudas presentadas durante el montaje gráfico y la forma como podría agilizarse la diagramación de los documentos.

Ante los cuestionamientos propuestos, las respuestas más relevantes apuntaron hacia la mención de procesos complejos y lentos, con implicaciones de reprocesos por la amplia cantidad de especificaciones, la dificultad para recordar los parámetros, la confusión y la mezcla entre los estilos gráficos y la ausencia de una guía a la que se pueda acudir cuando la persona que conoce los aspectos necesarios en la diagramación, se encuentra ausente. Por su parte, la jefe del departamento de diseño, considera que:

Se han presentado situaciones de rehacer el trabajo, la causa principal de estos reprocesos esta relacionada con la llegada de nuevo personal en el área de diseño, ya que por el poco tiempo que llevan en la empresa no se les facilita reconocer el estilo de cada publicación y adicional a esto, como se maneja una gran variedad de gráficos se presta para confusiones, si en el momento de la elaboración no está la persona que recuerde los parámetros (...) Para resolver dudas, el método que más emplea el personal nuevo, es realizar preguntas a la jefe inmediata o al diseñador con más tiempo laborando en la empresa (...) En este año en particular, y como consecuencia de la pandemia los procesos de inducción han sido limitados al no tener definidos y consignados en un manual de publicaciones y se ha evidenciado que en varias ocasiones se pasa por alto las especificaciones técnicas para cada documento, cambiando la paleta cromática, tamaños de fuentes tipográficas o diagramación (anexo 2).

Ahora bien, como diseñadora gráfica en formación, considero pertinente la construcción de una guía de estilos para el diseño de documentos, que funcione como un instrumento para consignar los parámetros gráficos que se deben tener en cuenta durante la diagramación de las distintas publicaciones, elaboradas por el centro de estudios económicos. Es así como la guía propuesta garantizará la coherencia en el corpus gráfico que maneja la institución y permitirá que

la gráfica continúe evolucionando sin llegar a perder la coherencia que ha sido construida, tal como lo describe Norberto Chaves en su artículo titulado *La evolución de los programas de identidad corporativa y la importancia de la precisión en las opciones tipológicas de la marca* (s.f.a). Además, sería posible optimizar el tiempo de resolución para los encargos y la integración de nuevos diseñadores, disminuirían los reprocesos por errores de diagramación y se crearía un sistema de compilación para las líneas gráficas de las entidades actualmente vinculadas, y las de futuros patrocinadores que podría tener ANIF.

Así mismo, considerando que la identificación de las entidades aliadas, se logra a través del respeto y la continuidad de los estilos que poseen los elementos gráficos de una organización, se hace indispensable tenerlos consignados y reglamentados en un único instrumento para este fin, que indique su aplicación y generen un sistema al que puedan acceder todos los participantes de los procesos de diseño y de comunicación. De esta forma, es posible mantener la identidad de diferentes piezas que se identifiquen como parte de los productos o servicios de una organización específica. Aspectos como logotipos, cabezotes, tipografías, retículas, gamas cromáticas y diagramación, deben estar recopilados y expuestos en un solo documento, con el fin de optimizar procesos de diseño y asegurarse del correcto uso de las líneas gráficas de los participantes.

Ahora bien, antes de finalizar este apartado, es importante aclarar que este proyecto busca proponer y construir un instrumento de diseño que permita unificar y compilar los estilos gráficos ya existentes en ANIF, es decir, no se planteará nueva identidad gráfica, sino que se establecerá una herramienta para organizar y sistematizar la que ya está definida.

Adicionalmente, para el diseño del instrumento propuesto, solo se tendrán en cuenta las publicaciones de ANIF en las que he trabajado durante mis practicas profesionales, no serán considerados documentos de los que no poseo conocimiento.

3. Pregunta articuladora

¿Cómo compilar en un instrumento de diseño gráfico, los diversos estilos identitarios que maneja la Asociación Nacional de Instituciones Financieras ANIF en la elaboración de todas sus publicaciones de orden económico, con el fin de optimizar el proceso de gestión, diagramación y la publicación de nuevos estudios y el inicio de actividades de futuros diseñadores que ingresen al departamento?

4. Objetivo general

Con base en la pregunta problema ya definida, el presente proyecto busca crear una guía de estilos para el diseño de documentos económicos, que compile las diferentes líneas gráficas usadas por la Asociación Nacional de Instituciones Financieras ANIF, en el diseño de sus informes e investigaciones, que funcione como una herramienta para optimizar el proceso de gestión, diagramación, la publicación de nuevos estudios y el inicio de actividades de futuros diseñadores que ingresen al departamento de diseño gráfico de la entidad.

5. Tema de reflexión y discusiones académicas

5.1 ANIF y el estilo gráfico de sus publicaciones

Para continuar con el desarrollo de este documento y considerando el objetivo ya mencionado, se hace necesario realizar una descripción de ANIF y de su trabajo, haciendo énfasis en las publicaciones económicas emitidas por la institución, ya que son las que se abordan dentro de la guía de estilos propuesta. Así pues, la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, es una entidad sin ánimo de lucro que hace parte del sector financiero de Colombia desde 1974, fecha de su creación. Esta institución se ubica en Bogotá y se define como un centro de estudios económicos que ha liderado en torno a la defensa de la economía privada y a la

buena política económica, dado que su propósito es contribuir al debate y diseño de políticas públicas (Asociación Nacional de Instituciones Financieras [ANIF], 2021a).

“Sus investigaciones, su capacidad de análisis y la solidez técnica de sus propuestas, han hecho de ANIF uno de los principales centros de investigación económica del país, con amplia influencia en la opinión pública y en los medios dirigentes” (ANIF, 2021b). Cabe resaltar que la institución cuenta con un equipo de investigadores con una sólida formación académica, una moderna infraestructura para la investigación (ANIF, 2021c) y una serie de afiliados del campo de la economía dentro de los que se incluyen: Banco AV Villas, Bancolombia, Banco de Bogotá, Banco de Occidente, Banco popular, FiduOccidente, Porvenir, entre otros (ANIF, 2021d).

A pesar de la amplia variedad en las actividades desarrolladas por la institución, en este documento solo se mencionan a detalle los documentos que divulga ANIF, dada su pertinencia con el objetivo de este trabajo. Entonces, es posible señalar que el centro de estudios económicos actualmente publica los siguientes productos: Comentarios económicos del día, Informes semanales, Informes de coyuntura económica (ICE), Panorama ANIF, Principales indicadores de la construcción (RASEC), Encuesta ANIF EARC, revista Coyuntura Pyme, revista Carta Financiera, Gran encuesta pyme (nacional, regional y microempresas), Boletín de comercio exterior y Separatas ANIF (ANIF, 2021e).

Por el lado de los Comentarios económicos del día, ANIF publica la versión original y la edición de SARS–COV-2 , expuestos en el anexo 4 y actualmente se divulgan con patrocinio de Bancolombia, AV Villas y del Banco de Bogotá. Dado que cada entidad financiera tiene su identidad corporativa, los comentarios poseen un estilo gráfico que obedece a varios lineamientos visuales, cuyos parámetros para gráficos y documentos, cambian según la entidad bancaria con la que se publique la edición de turno, tal cual como se muestra en el anexo 5. Lo

mismo sucede con los informes semanales patrocinados por Porvenir; los Informes de Coyuntura Económica ICE patrocinados por el Banco de Occidente y la Encuesta ANIF EARC, publicados bajo asociación con el Banco de Bogotá, sus estilos gráficos se exponen en el anexo 6.

La Gran encuesta Pyme, en sus tres modalidades: Gran encuesta Pyme nacional, Gran encuesta Pyme regional y Gran encuesta a las microempresas, se realizan con apoyo de aliados, pero la identidad gráfica no obedece a ninguna identidad corporativa externa, sino que se ha diseñado una exclusiva para este documento (anexo 7). Algo similar ocurre con Panorama ANIF, dado que en este informe se maneja un estilo gráfico único y se publica con los logos de otras instituciones que hacen parte de su mercado relacional, como también se ve en el anexo 7.

Para el Boletín de comercio exterior y RASEC, como lo muestra el anexo 8, el departamento de diseño gráfico ha desarrollado un estilo visual propio para cada documento, no siguen la identidad gráfica de sus aliados, pero sus parámetros deben ser respetados para las nuevas ediciones. Por último, la revista Coyuntura Pyme y Carta Financiera presentadas en el anexo 9, son publicaciones que si bien ya tienen una identidad gráfica establecida, permiten mayor flexibilidad en su diagramación y diseño. Aun así hay elementos fijos como la tipografía y las gamas cromáticas, que deben ser acatados para diseñar nuevos números de publicación.

Lo que se acaba de exponer, permite percibir y comprender la variada cantidad de estilos gráficos que deben conocer los diseñadores de ANIF para mantener una unidad gráfica, no solo dentro de los documentos, sino también entre las diferentes ediciones de cada tipología. Aquella rigurosidad permite conservar la imagen corporativa de la empresa como uno de los elementos distintivos que se pone a disposición de su público, posibilitando la comprensión de quiénes son como institución, en que consisten sus actividades y cual es su punto diferencial con la competencia (Pintado & Sánchez, 2013).

Además, dado que la identidad corporativa se compone por un conjunto de signos y valores, que definen y reflejan la cultura que posee una organización ante las personas que la consumen (Castro, 2007), es indispensable que ANIF distribuya sus productos y servicios exponiendo sus virtudes como institución representativa en el país, partiendo de la uniformidad de su tono comunicativo y en sus estilos gráficos, contribuyendo así, a su reputación corporativa. Este último término es comprendido por “la ecuación que resulta entre la suma de percepciones que los públicos o segmentos de mercado tienen y fijan en sus mentes, sobre una empresa, producto o servicio, a lo largo del tiempo” (Aguilar, Salguero & Barriga, 2018). Por lo tanto, el recibimiento del público objetivo representa una parte de los condicionantes que permiten que ANIF tenga influencia en los debates económicos y en la toma de decisiones del país. Entonces, teniendo en cuenta que la reputación y la identidad corporativa “se consideran estrechamente vinculados y de gran valor organizacional, ya que las percepciones generadas a partir de una crisis afectarán a la marca” (Arroyo & Mamic, 2015), se hace indispensable mantener de forma minuciosa y cuidadosa la escritura de los textos y el diseño de los mismos.

Ahora bien, ya realizada la contextualización de la situación presentada en ANIF y la razón que origina este proyecto, es importante aclarar varios conceptos antes de continuar. El termino identidad es definido por Vega (2013) como un grupo de características que permiten la definición de un cosa y la hacen singular, por lo tanto debe ser alimentada con el cuidado de la imagen y potenciada con aspectos que sean propios para lograr una distinción y reconocimiento por parte de quien lo observa. Ya dentro del diseño, Norberto Chaves se refiere a la identidad corporativa como la marca gráfica de un organismo y señala que:

La función de la marca gráfica corporativa no es subyugar al receptor sino identificar al emisor; y sólo a través de esta identificación verosímil, convincente, puede incidir en la

persuasión del público. Se trata de una transcripción de lo verbal a lo visual: en la imagen gráfica debe percibirse el talante corporativo de su dueño. La marca corporativa es una firma auténtica y autenticadora, no un canto de sirenas (s.f.b).

En cuanto a ANIF, hay que tener en cuenta que aunque la institución es quien realiza las investigaciones, se publican con su nombre y el de una entidad patrocinadora, lo que significa que no solo se debe considerar el uso de su identidad corporativa, sino que también se debe conocer y reglamentar la de sus aliados para combinarlas en el diseño de las publicaciones editoriales que realizan en conjunto. Este aspecto permite hablar de que la Asociación Nacional de Instituciones Financieras, maneja una identidad diversificada, la cual:

Supone la ruptura con el monolitismo. Pueden distinguirse dos variedades: (...) “compartidas” y “distribuidas”. Dentro de la estrategia compartida diferenciamos dos tipos: o bien una entidad asimila a otras, por fusión, absorción o adquisición, o bien se desgaja en nuevas divisiones dependientes de la primera. Las maneras en que este hecho se visualiza van desde el mantenimiento de aire visual de familia hasta la expresión de dependencia (Caldevilla, 2009, p.12).

En este caso, ANIF asimila otras instituciones financieras como sus aliadas, cuya aparición depende del carácter de sus estudios económicos y además, tiene establecido una “personalidad” específica para los documentos sin patrocinador directo. Es por eso que la entidad permite que su identidad corporativa para publicaciones sea abierta, manteniendo su estilo visual y permitiendo la expresión gráfica de sus aliados o la naturaleza de la investigación. Esta flexibilidad de diseño, implica la integración de más de diez estilos gráficos.

Ahora bien, para Tavares (2017), se entiende por manual de publicaciones, como aquella herramienta que unifica los elementos usados en el diseño y permite la visualización de los

contenidos para cualquier diseñador que lo consulte. Es así, como un manual puede ser considerado como una guía de estilos gráficos de diseño, dado que se compone por:

La apariencia o el *look* resultante de la selección y yuxtaposición de diversos elementos (retículas, formato, papel, uso del espacio, etc.) (...) Por ejemplo, una publicación puede dictaminar el uso de 4 tamaños diferentes para titulares a lo largo de cada entrega (...)

Para garantizar el cumplimiento de estas directrices, así como su actualización y revisión, es necesario crear una hoja o un libro de estilos (...) en el que se detallan todos los elementos del diseño: tipografía (incluyendo qué tipos se usan en los textos destacados, titulares, folios, pies de autor, ladillos y pie de ilustración, más todos los empleados para el cuerpo del texto), con sus respectivos cuerpos y estilos (cursivas, negritas, etc.) y otros elementos gráficos como filetes, iniciales, folios, retículas, colores y espaciado. Hojas de muestra con todos estos elementos, las llamados “hojas de estilo” deben presentarse y distribuirse entre todo el personal (Zappaterra, 2008, p.156).

Como se evidenció, para aunar esos aspectos de diseño, es necesario llevar a cabo una compilación de información, proceso definido como “el acto de reunir el contenido de varias fuentes en un solo texto. Debe tener relación temática y conexión lógica” (Universidad de san Buenaventura, s.f) entre la información y en este caso, en los parámetros de diseño de los documentos, previamente definidos y combinados con las líneas gráficas de patrocinadores y aliados, los cuales deben ser respetados para reconocer a todas las marcas participantes.

5.2 Estado del arte

Ahora bien, aclarados los conceptos se hace oportuno realizar una revisión a modo de estado del arte, sobre trabajos similares ya desarrollados y su relación o distanciamiento con la intención de este proyecto. En primer lugar, se encuentra el *Manual de Estilo y Procedimientos*

Gráficos para la Edición de Libros en Trama Ediciones, realizado por María Gabriela Loza. Esta investigación surge “a partir de la necesidad de contar con un documento guía en el que se describa detalladamente los procesos que se deben seguir en el desarrollo y realización de libros” (Loza, 2010, p. 2). La situación desde la que nace el trabajo con ANIF es similar a la que dio origen a la propuesta de Loza (2010), aunque las entidades receptoras hacen parte de campos de acción diferentes. Aun así, en ambos se diagnostica el problema a partir de las experiencias registradas dentro de la labor de campo y se busca optimizar los procesos de diseño.

Sin embargo, las propuestas se distancian entorno a sus objetivos y métodos usados para el desarrollo de los productos planteados. La autora del proyecto en Trama, tiene el objetivo de diseñar un manual con todos los procesos llevados a cabo en la empresa y para ello realizan entrevistas, encuestas y una revisión bibliográfica. En cambio, la creación de la guía de estilos para el diseño de documentos económicos de ANIF, parte de una compilación de líneas gráficas usadas en el diseño y se lleva a cabo, a partir de una sistematización de información obtenida desde la observación, la participación del personal del departamento de diseño de la institución y del historial de publicaciones archivadas.

En segundo lugar, Doménica Montes (2017), realiza el proyecto titulado *Sistema editorial: manual de estilo gráfico*, el cual tiene el propósito de guiar al diseñador gráfico en los procesos de diagramación para los libros de la Facultad de Artes de la Universidad de Cuenca. En el trabajo de Montes, se tienen en cuenta varios elementos de diseño editorial necesarios para la creación de libros impresos, en cambio en el presente proyecto, aunque también pretende ser una guía de diseño, solo se abarcan parámetros que requieren los informes económicos para su divulgación en medios digitales.

Otro proyecto pertinente de mencionar es el titulado, *Diseño de un manual de estilo impreso que oriente a los literatos y diseñadores gráficos internos en los parámetros generales de edición y estilo de la editorial magna terra editores*, elaborado por Monserrat Guinea. Este trabajo de investigación, parte de que “la empresa Magna Terra Editores, no cuenta con material gráfico visual que indique a los escritores y diseñadores, los parámetros generales de edición y estilo” (Guinea, 2016, p. 8). Por lo tanto, la autora realiza una revisión bibliográfica sobre terminología relacionada con el diseño gráfico y la redacción de textos. Luego propone un manual de procesos, usando información general de metodologías, pero no toma aspectos brindados o establecidos por la empresa. Para el presente trabajo, si se toman los insumos de diseño ofrecido por ANIF y no se incorporan contenidos de otros departamentos de la entidad.

5.3 Metodología para elaborar la guía de estilos propuesta

Figura. 1

Diagrama de metodologías aplicadas en el proyecto



Fuente: elaboración propia con información de Bruce Archer y Victoria Espín.

Con respecto al proceso de creación de una guía de estilos para el diseño de documentos, que compile los diferentes estilos gráficos usados por ANIF, como se ve en la figura 1, es posible tomar como metodología de diseño la propuesta elaborada por Bruce Archer conocida como *EI*

método sistemático para diseñadores y complementarlo con *El análisis de contenido* de Victoria Espín. Para el primer método, Bruce menciona que un proceso de diseño debe tener tres etapas esenciales: analítica, creativa y de ejecución (Archer, 2020). El segundo, trabaja con el desarrollo de un pre-análisis, para rastrear y organizar la información necesaria.

En primer lugar, para la etapa analítica se desarrolla entorno a la obtención de la información y su preparación, entonces se encuentran pasos como recopilación de datos, ordenamiento, evaluación de la información, definición de condicionamientos y estructura y jerarquización. Esta etapa corresponde a la primera parte del proceso que se llevará a cabo con ANIF, por ser un proyecto de compilación. Dado que es de vital importancia reunir todo el contenido sobre el diseño de publicaciones y filtrarla antes de empezar a diseñar el instrumento planteado, se debe considerar una metodología enfocada en la sistematización de la información.

Por lo anterior, se opta por trabajar con la metodología expuesta en artículo *El análisis de contenido: una técnica para explorar y sistematizar información*, escrito por Victoria Espín. En este se presenta un proceso en el que se desarrolla un “pre análisis”, fase comprendida por la elección de los documentos, formulación de un objetivo y la elaboración de los indicadores o las unidades de análisis. Con base en las unidades establecidas, se continua la codificación de los datos y un posterior proceso de categorización, siguiendo una serie de cualidades y requisitos como homogeneidad, exhaustividad, exclusividad, pertinencia y consistencia (Espín, 2009), para garantizar la validez y fiabilidad de las categorías propuestas.

Como últimos pasos, Espín postula la explotación del material y la sistematización e interpretación de los resultados obtenidos. En estas fases, se decide sobre la forma como serán usados los datos significativos y validos que dejó el proceso de sistematización. La información elegida y su interpretación, depende de los objetivos fijados en el estudio.

En segundo lugar, con relación a la etapa de creación, es posible mencionar que en ella se definen las implicaciones del proyecto, se formulan ideas y se selecciona la que será trabajada, para luego verificar que los resultados cumplan con el propósito planteado. Estos pasos son los que orientaran el proceso de diseño de la guía de estilos recopilatoria, de las líneas gráficas usadas por ANIF dentro de las publicaciones de sus estudios e informes económicos. En tercer lugar, en la etapa de verificación se encuentra la valoración crítica, el ajuste de la idea, la materialización y la verificación. Esta fase corresponde a la última parte del proceso de diagramación y a la posterior presentación del producto generado, al departamento de diseño para su estudio y decisión sobre su implementación.

6. Discusión

Partiendo de la metodología descrita, para la creación del instrumento de compilación de los estilos gráficos, se llevó a cabo un proceso guiado por los planteamientos de Archer (2020) y Espín (2009). Primero, para la etapa analítica planteada por Archer siendo el momento en el que se obtiene y se prepara la información, se realizó el pre-análisis que propone Espín. Para ello se hizo una revisión de los documentos divulgados en la página web de ANIF y se exploraron las carpetas internas de la empresa, que contienen archivados las ediciones que se han publicado desde el año 2000.

Ahora bien, considerando los postulados de Espín (2009) y teniendo en cuenta las condiciones de representatividad y pertinencia, como unidades de análisis para la codificación se estableció la vigencia en el estilo gráfico de los documentos y la fecha de publicación de los mismos. Por lo tanto, quedaron descartados los escritos que poseen diseños con los que ya no se trabaja actualmente y las investigaciones que ya no se producen este año. De esta forma, se construyó una tabla en la que se consignaron los títulos de las investigaciones que se han

divulgado en el año 2021 y que contienen estilos gráficos validos a la fecha (anexo 10), identificando un total de los 13 tipos de documentos ya nombrados en apartados anteriores.

Con base en los 13 tipos de textos seleccionados, se revisaron los archivos nativos de cada uno de ellos, para comprender los aspectos fundamentales que se necesitan conocer al diseñar nuevas ediciones para publicar. Como resultado de lo anterior, se definieron dos grandes categorías a tener en cuenta: diseño de las tablas y gráficos que se incluyen en los estudios y la diagramación del documento que se publica. Como se muestra en el anexo 11, partiendo de estas dos categorías, se realizó un registro de los estilos gráficos en una matriz de síntesis con una parte de los aspectos técnicos, que Zappaterra sugiere como necesarios en un instrumento de estilos gráficos.

Es así, como se incluyeron elementos de diseño tales como tipografía, retícula y gama cromática. Para la primera categoría, se presentaron los valores específicos para usar los componentes en títulos principales y secundarios, datos internos de los gráficos, fuentes o notas y las gamas cromáticas divididas en colores primarios y secundarios. Para la segunda categoría se tuvieron en cuenta los elementos de diseño mencionados, haciendo explícitos sus respectivas especificaciones para el título principal, subtítulo uno y dos, texto corrido y pie de página.

Y abogando por reflejar la firma autenticadora de marca, como lo señala Norberto Chávez (s.f), para otros aspectos de diseño y recomendaciones de forma, se enlistaron los parámetros representativos de la gráfica de las entidades aliadas, de acuerdo a su pertinencia dentro de las categorías mencionadas. Lo anterior se definió, partiendo de la revisión de archivos nativos, mi experiencia en los procesos de diagramación de las publicaciones y de las sugerencias y lineamientos hechos por los profesionales que estuvieron encargados de mi proceso de inducción.

6.1 Resultados y diseño del instrumento de compilación de estilos gráficos

A partir de los resultados obtenidos durante el proceso de elaboración de la matriz de síntesis y de la lista de recomendaciones, fue posible reflexionar sobre el trabajo realizado como practicante en el centro de estudios económicos, lo que permitió tomar decisiones para la construcción de la guía de estilos. Por un lado, para este proyecto considero pertinente desarrollar un instrumento recopilatorio, que incluya únicamente las publicaciones que se producen con mayor frecuencia y con las que he tenido interacción continua a lo largo del periodo de practicante, ya que conozco a detalle su proceso de diseño, situación que no ocurre con otras publicaciones que no se encuentran a mi cargo. Esta es la razón por la que se determinó que el informe de coyuntura económica (ICE) y los comentarios económicos patrocinados por AV Villas, Banco de Bogotá y Bancolombia, serán las publicaciones que se integrarán en el instrumento de compilación propuesto en este proyecto.

Ahora, teniendo ya definidos sus contenidos y continuando con los lineamientos de Archer (2020), se formularon varias ideas de diagramación exhibidas en el anexo 12 y se seleccionaron las opciones que iban acorde a la identidad de ANIF y que a su vez, permitían disponer y comprender la información de forma clara y sencilla. Además, haciendo una revisión de los aspectos gráficos necesarios que se deben conocer para diseñar una publicación, se optó por organizar el material recopilado de acuerdo al orden de los procesos y la naturaleza de los parámetros a incluir en la herramienta de compilación.

Es así como en primer lugar, se exponen las consideraciones generales propuestas en el anexo 13, en las cuales se encuentran especificados los lineamientos que se aplican para el diseño de los gráficos y la diagramación de todos los documentos, independientemente de su contenido, esto con el fin de no repetir dicha información dentro del desarrollo de cada tipología.

En segundo lugar, aparecen las consideraciones específicas para el diseño de los comentarios económicos del día, y estas funcionan para todas las publicaciones de ese tipo, sea cual sea el patrocinio que tengan. Por eso se agrupan y se presentan antes de desglosar los parámetros particulares establecidos según el estilo gráfico de las entidades aliada. En tercer lugar, se ubican las disposiciones especiales, necesarias para reflejar la identidad corporativa de las entidades patrocinadoras, especificando los elementos gráficos distintivos que permiten reconocer las instituciones aliadas, tal como lo recomienda Pintado & Sánchez (2013). Para esto se precisa la información técnica recopilada dentro de la matriz de síntesis y se exhibe a modo de tablas, las características tipográficas para gráficos y documentos (anexo 14) y el orden cromático constituido (anexo 15), además de exponer los cabezotes propios de cada comentario.

En seguida, la guía de estilos expone un apartado para el informe de coyuntura económica (ICE), estructurado de forma semejante al de los comentarios económicos. En un primer momento, se encuentran las consideraciones específicas para el diseño de los gráficos, las características tipográficas, divididas en tres tablas cuyos datos dependen de la sección a la que se destinen los gráficos y un cuadro para las paletas cromáticas de la publicación. En un segundo momento, se presentan las consideraciones específicas para la diagramación del documento; los cabezotes y tres tablas que precisan los aspectos tipográficos de cada sección del ICE.

Para visualizar el instrumento de compilación que resultó de este proyecto, dentro del anexo 16, es posible encontrar completo la guía de estilos para el diseño de documentos económicos, la cual se encuentra en estado de revisión por parte del departamento de diseño de ANIF para evaluarlo y tomar una decisión sobre su aplicación dentro de los procesos. Con este último paso, se cumple la etapa de verificación, última fase de la metodología de Archer (2020).

6.2 Conclusiones del proyecto

A modo de conclusión, es importante mencionar que este proyecto plantea un proceso para compilar y ofrece un instrumento gráfico que recoge los parámetros de diseño presentes en algunos informes económicos de la institución. Así mismo, considerando la importancia que representan las guías de estilos gráficos en las entidades que diseñan diferentes productos editoriales, como resultado de este documento, se recomienda la continuación del instrumento con los aspectos gráficos de las publicaciones que hasta el momento no se encuentran incluidas. Para ello, este trabajo pone a disposición de la empresa, el proceso metodológico llevado a cabo con base en los postulados de Archer y Espín, y la implementación de la guía de estilos para el diseño de documentos, dejándola como orientación para continuar recopilando los estilos gráficos de las publicaciones actuales no incorporadas y de los rediseños futuros o el lanzamiento de nuevos estudios o incorporación de patrocinios.

En cuanto a la aplicación de la guía de estilos propuesta, es pertinente comentar que el instrumento se encuentra en estudio por parte de la jefe del departamento de diseño, por lo tanto no se ha implementado oficialmente. Aun así, se destaca que la compilación de los parámetros técnicos, han permitido agilizar, mejorar la eficiencia y disminuir los reprocesos de los documentos que he diagramado y que se encuentran contemplados dentro de mis actividades.

De igual forma, partiendo de las prácticas profesionales y de la reflexión realizada, es posible decir que las pasantías brindan la posibilidad de aportar los conocimientos adquiridos durante la carrera, para reflexionar y llevar a cabo un desarrollo investigativo, en busca atender alguna necesidad identificada dentro de una empresa real. Esto último, debe ser un comportamiento interiorizado por parte de los futuros profesionales de diseño gráfico que han tenido un enfoque social a lo largo de su preparación.

7. Referencias

- Aguilar, S., Salguero, R. & Barriga, S. (2018). *Comunicación e Imagen Corporativa*. Editorial UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12502/1/Comunicacion-e-eImagenCorporativa.pdf>
- Archer, B. [Acosta, J], (2020). “El método sistemático para diseñadores” de Bruce Archer. (Consultado 25 de septiembre de 2021). <https://juanam-acostag.medium.com/el-m%C3%A9todo-sistem%C3%A1tico-para-dise%C3%B1adores-de-bruce-archer-6a8568788007>
- Arroyo, Y. & Mamic, L. (2015). *Los riesgos de romper la promesa de marca: la reputación de Coca-Cola en las redes sociales*. Prisma Social. Revista de ciencias sociales. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353744530006.pdf>
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras Centro de estudios económicos [ANIF]. (2021a). *Quienes somos*. (Consultado 5 de septiembre de 2021). <https://www.anif.com.co/>
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras Centro de estudios económicos [ANIF]. (2021d). *Afiliados*. (Consultado 5 de septiembre de 2021). <https://www.anif.com.co/>
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras Centro de estudios económicos [ANIF]. (2021e). *Publicaciones*. (Consultado 2 de octubre de 2021). <https://www.anif.com.co/>
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras Centro de estudios económicos [ANIF]. (2021b). *Historia*. (Consultado 2 de octubre de 2021). <https://www.anif.com.co/>
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras Centro de estudios económicos [ANIF]. (2021c). *Carta a Think tanks Global To Think Tank* (Consultado 5 de septiembre de 2021).

- Caldevilla, D. (2009). *La importancia de la identidad visual corporativa*. Revista de Comunicación Vivat Academia. <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752966001.pdf>
- Castro, B. (2007). *El auge de la comunicación corporativa*. Creative commons. <https://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/lib-el-auge-de-la-comcorporativa-castro-2007.pdf>
- Chaves, N. (s.f.a). *Identidad corporativa, marca y diseño gráfico*. La evolución de los programas de identidad corporativa y la importancia de la precisión en las opciones tipológicas de la marca. Archivo de Norberto Chaves.
- Chaves, N. (s.f.b). *“Dar el tono” en el Diseño Corporativo*. Un desafío del diseño de marca e identidad corporativa. Archivo de Norberto Chaves.
- Espín, V. (2009). *El análisis de contenido: una técnica para explorar y sistematizar información*. Revista de Educación. Universidad de Huelva. P. 95-105.
- Guinea, M. (2016). *Diseño de un manual de estilo impreso que oriente a los literatos y diseñadores gráficos internos en los parámetros generales de edición y estilo de la editorial magna terra editores*. Guatemala. Nueva Guatemala de la Asunción.
- Loza, M. (2010). *Manual de Estilo y Procedimientos Gráficos para la Edición de Libros en Trama Ediciones*. Universidad Israel.
- Montes, D. (2017). *Sistema editorial: manual de estilo gráfico*. Facultad de artes. Universidad de Cuenca.
- Pintado, T. & Sánchez, J. (2013). *Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial*. Capítulo 1: La importancia de la imagen en las empresas. Business & Marketing School. http://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524422844_1_.pdf

Tavares, R. (2017). *Procesos Editoriales*. Capítulo 10: El manual gráfico. Blogs.sapo.pt. .

(Consultado 16 de septiembre de 2021).

<https://procesoseditoriales.blogs.sapo.pt/capitulo-10-el-manual-grafico-3166>

Universidad de san Buenaventura. (s.f). *Gestión de redes de conocimiento para la compilación de capítulos de libro*. Universidad de san Buenaventura Medellín.

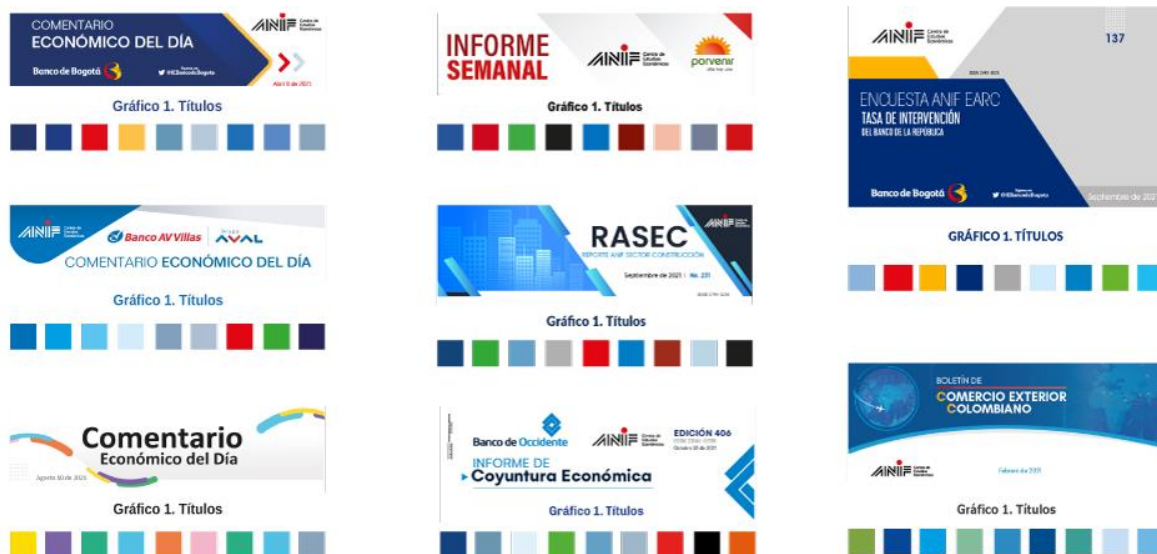
Vega, E. (2013). *Fundamentos del diseño*. Diseño e identidad visual. Anaya.

<http://www.eugeniovega.es/paidos/brand.pdf>

Zappaterra, Y. (2008). *Diseño editorial, periódicos y revistas*. Editorial Gustavo Gili, SL.

8. Anexos

Anexo 1. *Variación de los estilos gráficos con los que trabaja ANIF*



Nota. En la imagen no se muestran todos los estilos que maneja ANIF, aun así permite visualizar la amplia variedad de gráficas que se usan en el departamento de diseño.

Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 2. Cuestionario aplicado a la jefe de diseño de ANIF

3. Con respecto a las publicaciones, ¿ha evidenciado reprocesos sobre la diagramación de los documentos por aspectos de diseño? Si su respuesta fue sí, ¿por qué cree que se presentaron aquellos errores de carácter gráfico que se tuvieron que corregir posteriormente?

1 respuesta

Sí se han presentado situaciones de rehacer el trabajo, la causa principal de estos reprocesos esta relacionada con la llegada de nuevo personal en el área de diseño, ya que por el poco tiempo que llevan en la empresa no se les facilita reconocer el estilo de cada publicación y adicional a esto, como se maneja una gran variedad de gráficos se presta para confusiones, si en el momento de la elaboración no está la persona que recuerde los parámetros.

Es importante resaltar que a la fecha no contamos con un manual para la elaboración de gráficos y estudios, en el que los nuevos diseñadores puedan consultar las especificaciones técnicas para cada publicación.

Nota. Puede encontrar el cuestionario completo en el siguiente link:

https://drive.google.com/file/d/1aOE2V_eREsv5w8CfTzNJVpETIsTqVXM5/view?usp=sharing

Fuente: elaboración propia.

Anexo 3. Cuestionario aplicado al diseñador gráfico de ANIF

3. Con respecto a las publicaciones, ¿ha tenido que hacer reprocesos sobre la diagramación de los documentos por aspectos de diseño? Si su respuesta fue sí, ¿por qué cree que se presentaron aquellos errores que tuvo que corregir posteriormente?

1 respuesta

Si, ya que en situaciones no contaba con la información completa para ciertos detalles en publicaciones , ejemplo: hay gráficos que maneja ciertas características y cualidades que varia dependiendo la publicación y hacen que visualmente se vea mucho mejor; si no se tienen en cuenta esas características, habrá un reproceso.

Nota. Puede encontrar el cuestionario completo en el siguiente link:

https://drive.google.com/file/d/1aOE2V_eREsv5w8CfTzNJVpETIsTqVXM5/view?usp=sharing

Fuente: elaboración propia.

Anexo 4. Comentarios económicos del día y su edición especial SARS-COV-2



Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 5. Variación gráfica de un mismo esquema según la entidad patrocinadora

Gráfico para comentario SARS-COV-2 con patrocinio de Banco Bogotá

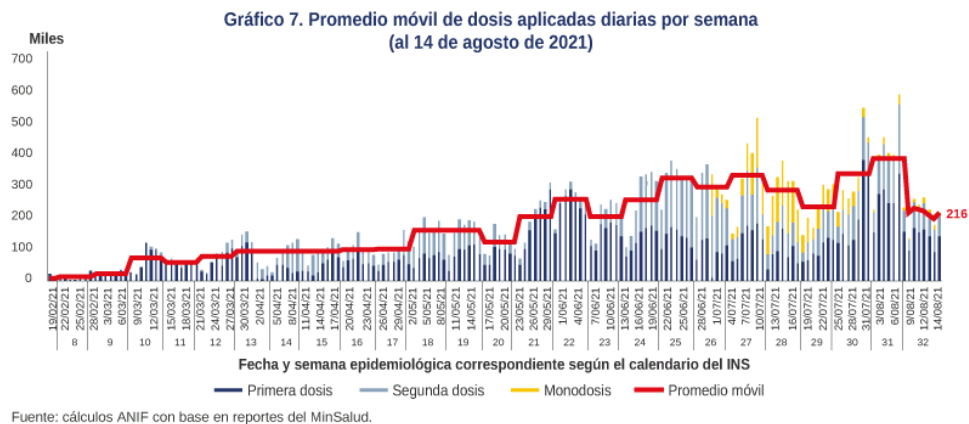


Gráfico para comentario SARS-COV-2 con patrocinio de Bancolombia

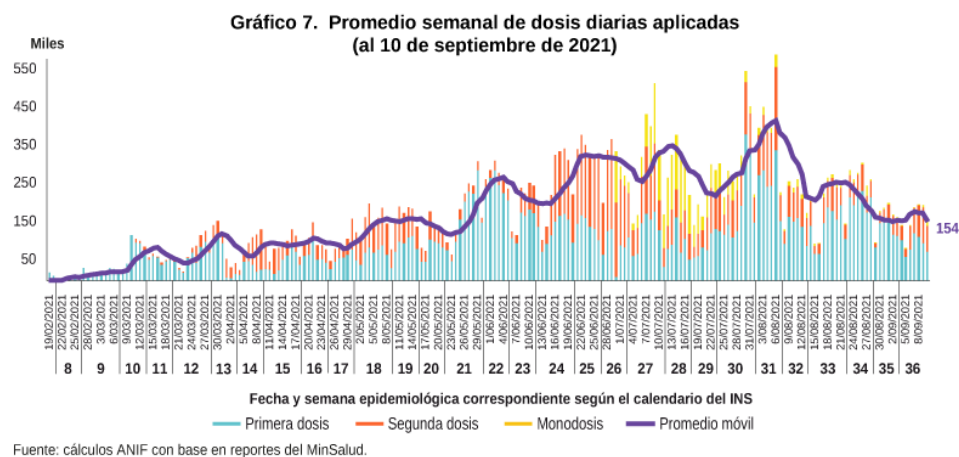
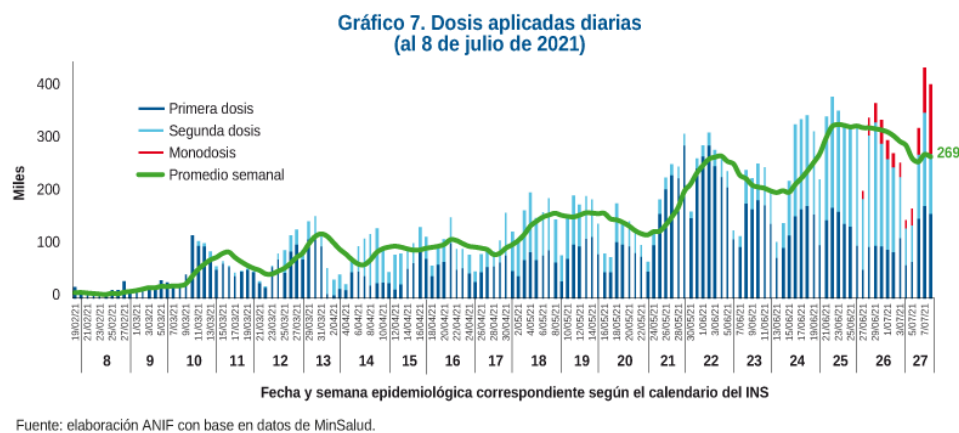


Gráfico para comentario SARS-COV-2 con patrocinio de AV Villas



Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 6. Estilo gráfico establecido para el informe semanal, ICE y EARC



Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 7. Estilo gráfico establecido para las Encuestas y Panorama ANIF



Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 8. Estilo gráfico establecido para el Boletín de comercio exterior y RASEC



Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 9. Estilo gráfico establecido las revistas que publica ANIF



Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 10. Publicaciones vigentes producidas por ANIF

Productos diagramados en el departamento de diseño de ANIF		
Publicaciones vigentes	Comentarios económicos y comentario COVID	Patrocinio Bancolombia
		Patrocinio Banco de Bogotá
		Patrocinio AV Villas
	Informe semanal	
	Informe de Coyuntura Económica	
	Informes económicos especializados	Panorama ANIF
		Principales indicadores económicos de la construcción (RASEC)
		Encuesta ANIF EARC
		Boletín de comercio exterior
	Encuestas	Gran encuesta Pyme Nacional
		Gran encuesta Pyme Regional
Revistas	Coyuntura Pyme	
	Carta Financiera	
Separata ANIF		

Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

[illegible]

[IzNy46BMmDjp6F/edit?usp=sharing&ouid=118366514380454888122&rtpof=true&sd=true](#)

Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

[illegible]

Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 13. Sección de consideraciones generales para el diseño de documentos



Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 14. Tablas con las características tipográficas de gráficos y documentos

Documento: diseño en InDesign					
Documento: características tipográficas					
Aspectos	Títulos	Subtítulos 1	Subtítulos 2	Datos internos	Fuente
Tipografía	Arimo-Bold	Arimo-Bold	Arimo-Bold	Arimo-Regular	Arimo-Regular
Tamaño	16pt	13pt	10pt	10pt	7pt
Tracking	(-20 / 20)	(-20 / 20)	(-20 / 20)	(-20 / 20)	(-20 / 20)
Escala horizontal	95%	100%	100%	100%	100%
Escala vertical	100%	100%	100%	100%	100%
Interlineado	17pt	14pt	12pt	12pt	8pt
Color	#03529f	#e20a16	#0074be	#000000	#000000
Número de Columnas	-	-	-	2	-
Alineación	Centro	Izquierda	Izquierda	Just. izquierda	Izquierda

Comentario económico: patrocinio AV Villas

Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 15. Ejemplo de cuadro para presentar las gamas cromáticas

Gráficos: diseño en Illustrator (.AI)

37

Gama cromática

Primarios

#DF0917

#4C8DCB

#A1B8C9

#004892

#58585A

#006FAA

#0074BE

#B8D8F3

#4FB3D9

#EC6C72

Secundarios

#E45A0F

#010000

#29A951

#64A0C6

#41A62A

#13245A

#29A951

#89AEBC

#A52937

#223669

Informe de Coyuntura Económica ICE

 ANIF
Centro de
Estadística
Económica

Informe de Coyuntura Económica ICE



Fuente: elaboración propia con información de ANIF.

Anexo 16. Guía de estilos propuesta para el departamento de diseño de ANIF



Estilos gráficos para la diagramación de las publicaciones de ANIF

<https://drive.google.com/file/d/1Xa5ja88DaNWpm-N8KQBCXiy9LetljSII/view?usp=sharing>

Fuente: elaboración propia con información de ANIF.